HANDELSBLATT OBJEKTPROFIL 2024



SUBSTANZ ENTSCHEIDET. AUF ALLEN KANÄLEN



Das Handelsblatt hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einer weltweit vernetzten, rund um die Uhr aktuellen News-Plattform für Wirtschaft und Finanzen entwickelt. Es ist mit mehr als 70 In- und Auslandskorrespondent:innen auf allen Kontinenten vertreten und verfügt über eines der größten Korrespondent:innen-Netzwerke der deutschen Medien.



Print

Rund 200 Redakteur:innen, Korrespondent:innen und Expert:innen rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Sie versorgen die Leserinnen und Leser 24/7 mit Informationen und Einschätzungen aus erster Hand.



Digital

Das Handelsblatt beschreitet den Weg der digitalen Transformation kraftvoll und erfolgreich und bietet breit gefächerte digitale Angebote – von Webseite über Apps, ePaper und Newsletter bis hin zu Podcasts und Social Media Formaten.



Live

Die Handelsblatt Media Group schafft gemeinsam mit ausgewiesenen Expert:innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik hochkarätige Foren für Wissenstransfer und Meinungsaustausch – live, als digitale Edition oder im Hybridformat.

LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFTSELITE

Führende Qualitätszeitung bei Top-Entscheidern in Deutschland





Die Welt steht vor einer Dekade tiefgreifender Veränderungen: Künstliche Intelligenz, der grüne Umbau der Wirtschaft und der demografische Wandel werden Geschäftsmodelle, Unternehmen und das Leben von Abermillionen Menschen verändern. Das birgt riesige Chancen. Gleichzeitig wird immer deutlicher, dass sich die Probleme der Zukunft, gerade in Zeiten geopolitischer Spannungen, nicht mehr mit den Rezepten der Vergangenheit lösen lassen. Im Handelsblatt analysieren wir all diese Entwicklungen, geben Orientierung, ordnen ein.
Wer die Wirtschaft der Zukunft verstehen will, muss das Handelsblatt lesen.

- Sebastian Matthes, Chefredakteur Handelsblatt

LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFTSELITE

Führende Qualitätszeitung bei Top-Entscheidern in Deutschland


Deutschlands Wirtschafts- und Finanzzeitung

Handelsblatt

Investieren trotz Krise

Kritik vor dem Wohngipfel

Bereitschaft zum Verkauf steigt

Vermögensverwalter wollen zukaufen

Bund überprüft Teilverkauf von MAN

Commerzbank enttäuscht Investoren

- Copy-Preis*:
  3,30 Euro (Mo – Do)
  4,00 Euro (Fr)
- Erscheinungsweise:
  börsentäglich
- Preis 1/1 Anzeigenseite 2024:
  71.750 Euro
- Reichweite:
  547.000 Leser:innen (ma I/2024)
  277.000 Nutzer:innen (LAE 2023)
- Zielgruppe:
  Entscheider:innen, Meinungsbilder:innen, Multiplikator:innen
- Medienkanäle:
  Print
  Online
  Mobile
  Audio

Das Handelsblatt

…ist die führende Wirtschafts- und Finanzzeitung für Top-Entscheider:innen in Deutschland.

…ist die meistgelesene Tageszeitung in der Finanzbranche.

…ist das dominierende Zitate-Medium im Wirtschaftsteil.

…ist beispielhaft für höchste Reichweite und günstige Preise bei Angestellten der 1. Führungsebene.

….liefert wichtige Erkenntnisse über Zukunftstrends und neue Technologien, die ein erfolgreiches Handeln in sich ständig verändernden Branchen und Märkten ermöglichen.

*vorbehaltlich Änderungen

DIE KÖPFE HINTER DEM HANDELSBLATT



Die Chefredaktion







Sebastian Matthes
Chefredakteur

Kirsten Ludowig
Stv. Chefredakteurin

Peter Brors
Stv. Chefredakteur

Charlotte Haunhorst
Stv. Chefredakteur (Head of Digital)

Qualitätsjournalismus zeichnet sich aus

Das Handelsblatt gewinnt immer wieder wichtige Auszeichnungen für **hervorragende journalistische Leistungen** und untermauert kontinuierlich die Relevanz und den hohen Stellenwert unabhängiger Medien für die Gesellschaft.

So wird das Handelsblatt wiederholt beim **European Newspaper Award** unter anderem in den Kategorien „Cover und Coverstory“, „Podcast“, „Crossmedia“ und „Social Media“ ausgezeichnet.

In 2022 landete das Handelsblatt als **beste Wirtschaftsredaktion** ganz souverän auf Platz 1. Auch in der Wertung „Zeitung national“ belegt das Handelsblatt bei einer Umfrage von den Magazinen „Wirtschaftsjournalist“ und „PR Report“ Rang 1.

Der Podcast "Handelsblatt Disrupt" von Sebastian Matthes wurde 2022 mit der **Rudolf-Diesel-Medaille** ausgezeichnet. Europas ältester Innovationspreis ehrt Persönlichkeiten und Unternehmen, die einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität, des Wohlstandes sowie dem Erhalt der Innovationskultur in Deutschland geleistet haben.

Die KI-Teamleiterin Larissa Holzki wurde von kress.de zur **Newcomerin des Jahres** gewählt.

Das Handelsblatt-Pharmateam rund um Siegfried Hofmann und Maike Telgheder wurde im Rahmen des **European Mediscience Award 2022** als „Media-Commentators of the Year“ geehrt.

THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektivität.

iq media









POLITIK

- Wirtschaft
- Politik
- Ausland & internationale Beziehungen
- Off the record Brussels
- Politiker:in des Tages

UNTERNEHMEN

- Unternehmen & Branchen
- Insight Innovation (Mo)
- Nachhaltigkeit (jeden 2. Di im Monat)
- New Work (jeden 3. Di im Monat)
- Unternehmer:in des Tages
- Start-up Check (Fr)

FINANZEN

- Märkte
- Geldanlage
- Leitbörsen im Überblick
- DAX-Umfrage
- Recht & Steuern (Di)

MEINUNG

- Leitartikel
- Kommentare
- Lesermeinung
- Stimmen weltweit
- Gastkommentar
- Der Chefökonom

THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektivität



Märkte heute

- täglich auf zwei Seiten und der 4. Umschlagseite
- Überblick über wichtige ökonomische Ereignisse, Analysen und Zahlen, die die Märkte bewegen



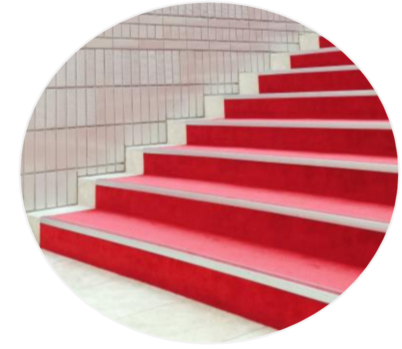
Mittelstand

- Unternehmensporträts, bedeutende Trends, aktuelle News) und der Start-up Check
- Nachrichten, Personalien und Entwicklungen aus inhaber-geführten Unternehmen



Innovation und neue Technologien

- Die Digitalisierung unserer Unternehmen, unserer Gesellschaft und unseres Alltags
- Einblicke in die aktuellen Trends und disruptive Technologien
- Insight Innovation (Mo)



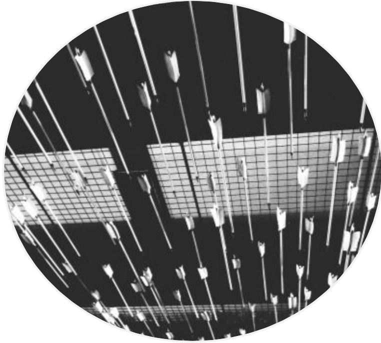
Unternehmer und Politiker

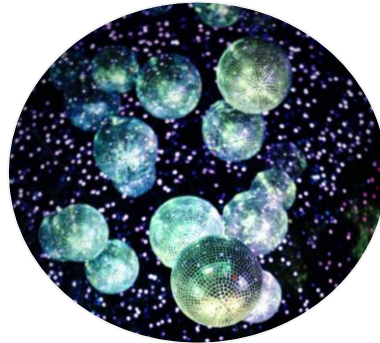
- Personen und Persönlichkeiten des Tages aus Wirtschaft und Politik

THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektiviät

iq media









Speziale

- Mit festen Themenspezialen bieten wir punktuell das passende Umfeld für Ihre Anzeige – schnell und unkompliziert.
- Über 100 interessante Speziale zu diversen Themen und Trends rund um Finanzen, Mittelstand, Digitalisierung, Mobilität und Nachhaltigkeit

Serien

- Mit unseren redaktionellen Serien begleiten wir konstant wichtige Themen und bündeln Informationen.
- Von DAX 40 über Nachhaltigkeit, künstliche Intelligenz bis New Work
- tiefgehende Analysen und Hintergründe zu den relevanten Themen unserer Zeit

Themenwochen

- Mit den Themenwochen setzen wir wichtige Topics in allen Kanälen geballt in Szene.
- Ob Energy, Innovation Week, künstliche Intelligenz, Sustainability oder New Work –positionieren Sie sich als Vorreiter:in.
- tiefgehende Analysen und Hintergründe zu den relevanten Themen unserer Zeit

Wochenend-Ausgabe

- Coverstory
- Immobilien
- Karriere
- Literatur
- Kunstmarkt
- Reportage/Interview
- Start-up Check

HANDELSBLATT MARKENFAMILIE

Erreichen Sie mehr durch Vernetzung aller Medienkanäle im Markenkosmos



ÜBERZEUGENDE LEISTUNGSWERTE

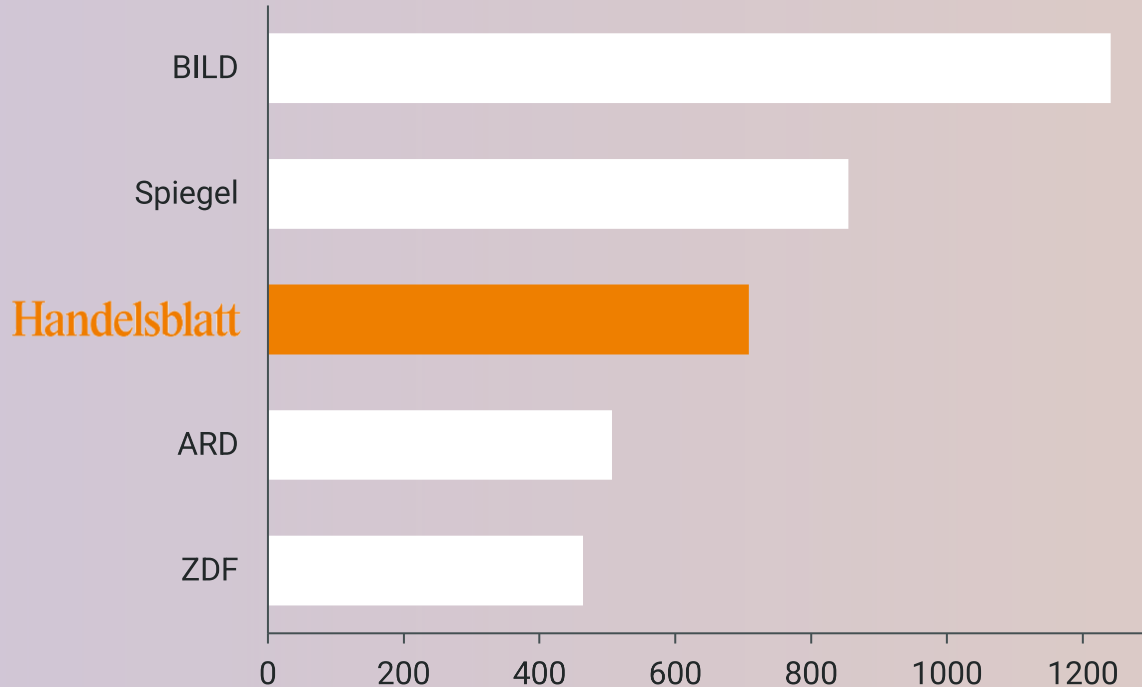


Das Handelsblatt ist die größte
Wirtschafts- und Finanzzeitung
in deutscher Sprache

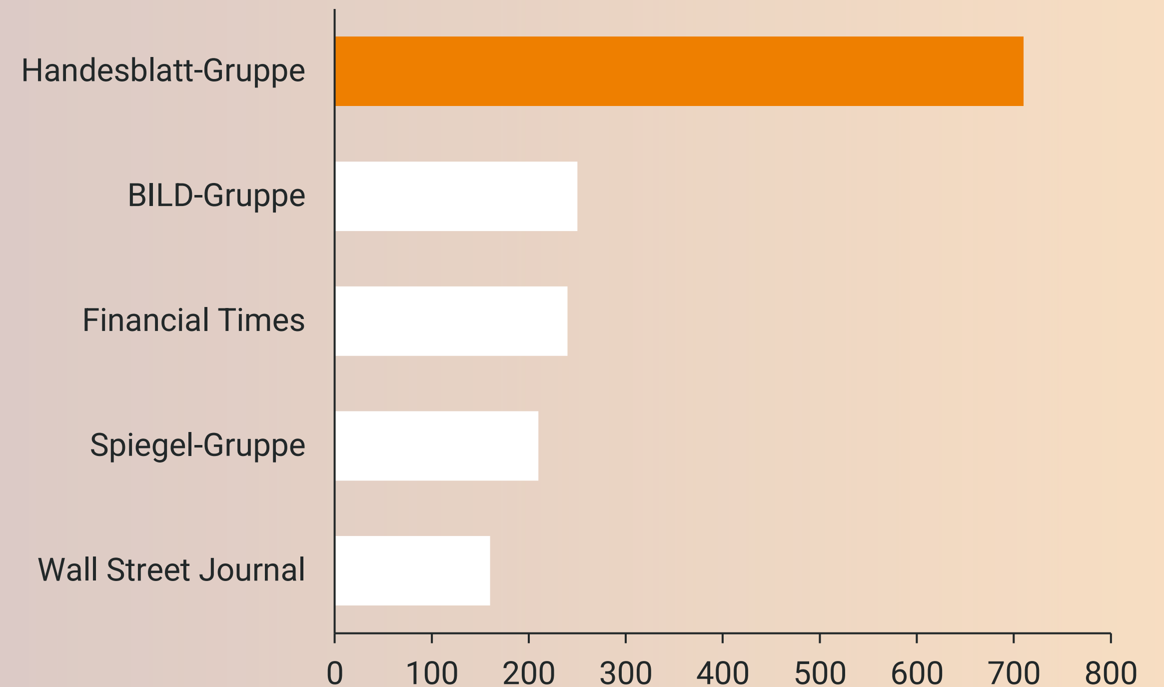
HÄUFIGSTE QUELLEN FÜR ZITATE

Handelsblatt gehört zu den wichtigsten Agenda Settern in Deutschland

Handelsblatt belegt Rang 3 der **meistzitierten Medien** und ist einer der wichtigen Agenda Setter:



Das Handelsblatt ist Vorreiter bei Wirtschaftsthemen und belegt **Platz 1 der meistzitierten Medien**

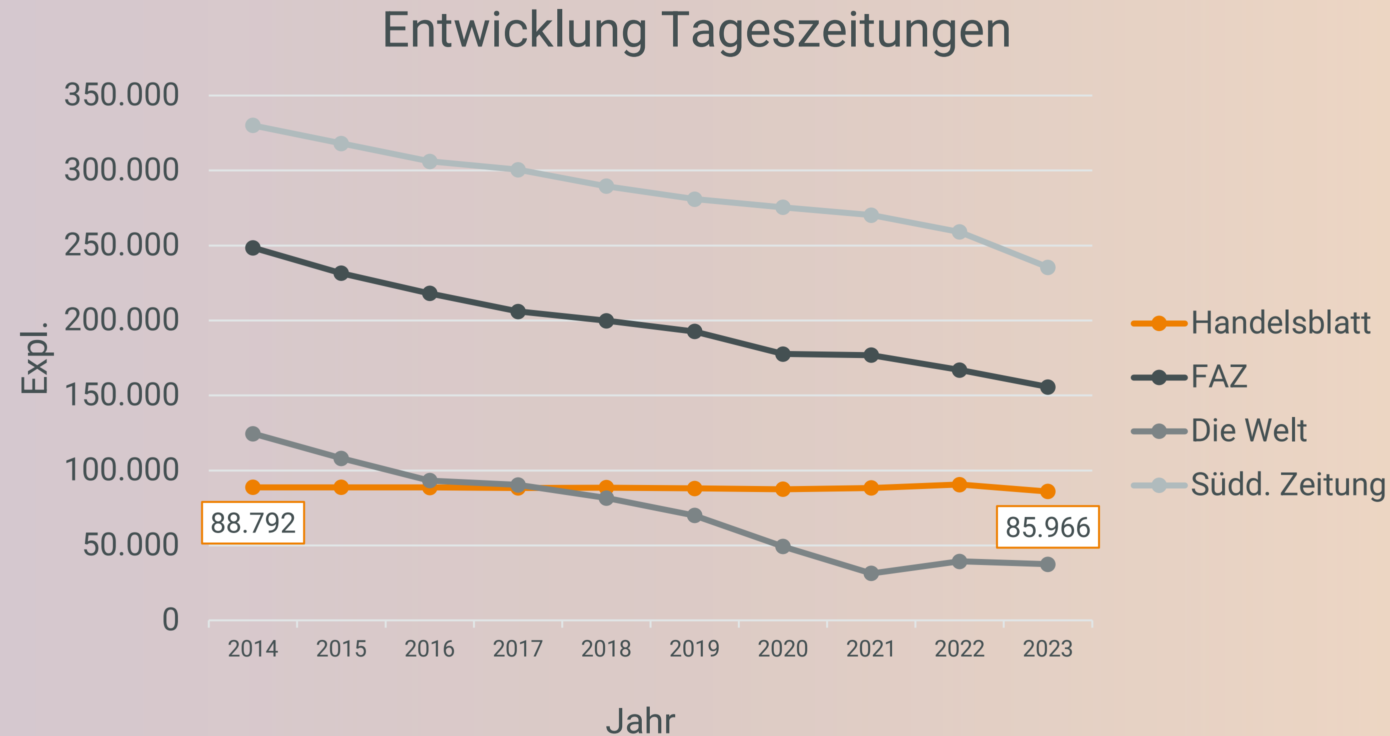


Quelle: Mediatenor 2023 – Basis: 16.924 Zitate 1-09/2023 in deutschen Leitmedien

STARKE LESER:INNEN-BLATTBINDUNG

Entwicklungen der harten-Auflagen im Marktvergleich

Entgegen der Entwicklung auf dem Gesamtmarkt der überregionalen Tageszeitungen kann das Handelsblatt seine harte Auflage über die letzten 10 Jahre halten.



Quelle: IVW, Jahresdurchschnitt 2014 – 2023

HANDELSBLATT – DAUERHAFT ERFOLGREICH

Positive Langzeitentwicklung im 10-Jahres-Vergleich

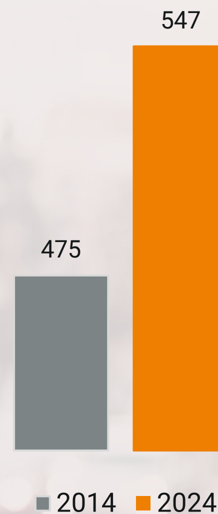
LAE
Verkaufte Auflage in Tsd.

+ 8%



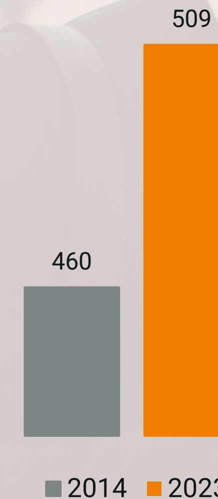
MA
Reichweite in Tsd.

+ 15 %



AWA
Reichweite in Tsd.

+ 10,7 %

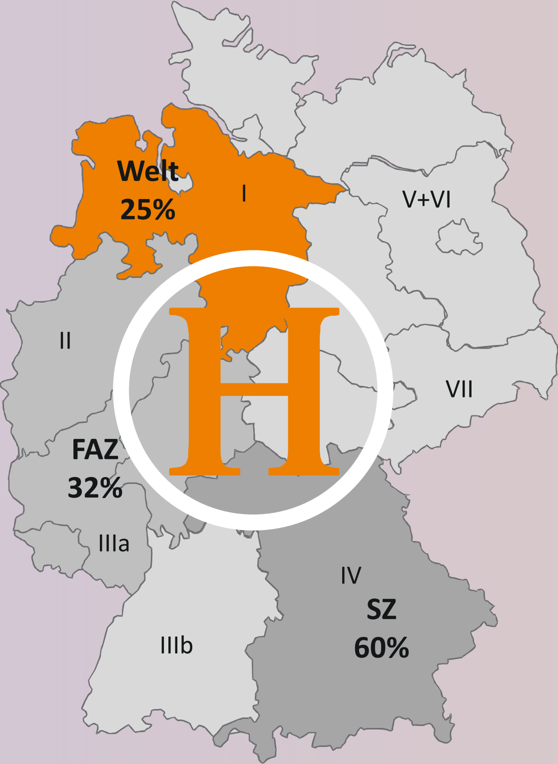


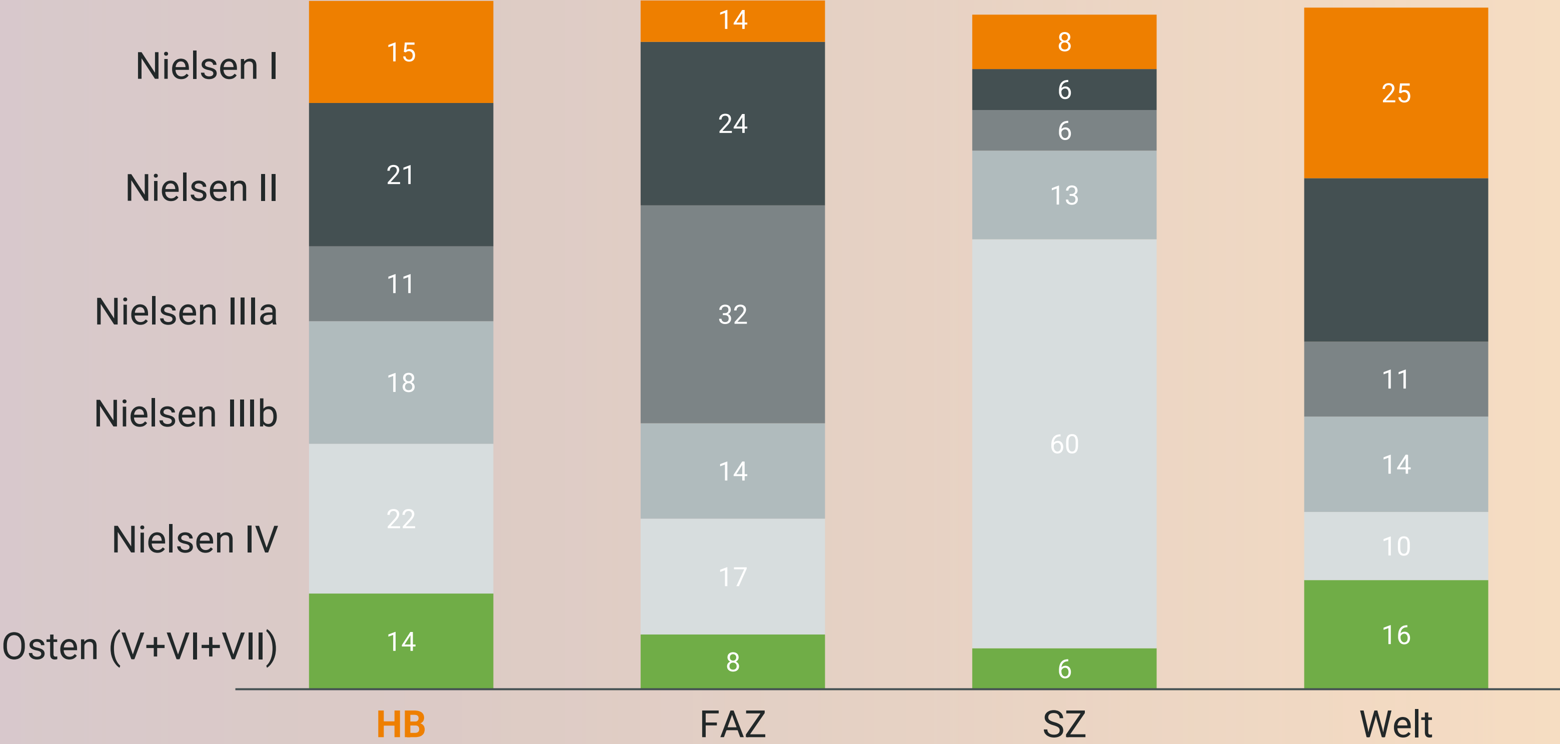
Quelle: LAE, MA, AWA

VERTRETEN IM GESAMTEN BUNDESGEBIET

Proportional zur Verteilung der Entscheiderzielgruppen

Anders als bei Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Die Welt verteilt sich die Leserschaft des Handelsblatts national ausgeglichen.





Quelle: LAE 2023

DIE LEISTUNGSTRÄGER DER GESELLSCHAFT

Die Zielgruppe des Handelsblatts ist unverzichtbar für Ihre Markenkampagne



Handelsblatt-Leser [1]

547 Tsd.

Menschen lesen jede Woche das Handelsblatt.

Entscheider [2]

277 Tsd.

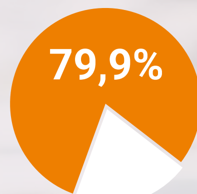
Davon 41% Führungskräfte der ersten oder zweiten Führungsebene (Ltd. Angestellte).

Ø-Alter [1]



Jahre

Geschlecht [1]

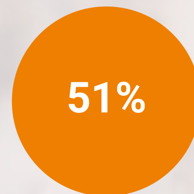


Männer

Ltd. Angestellte [2]

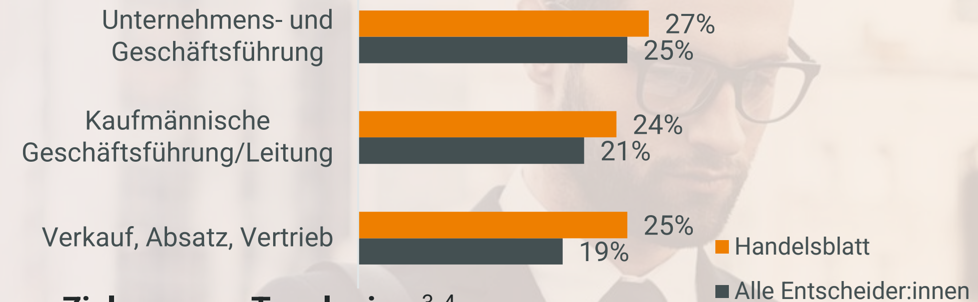


Jahreseinkommen [2]

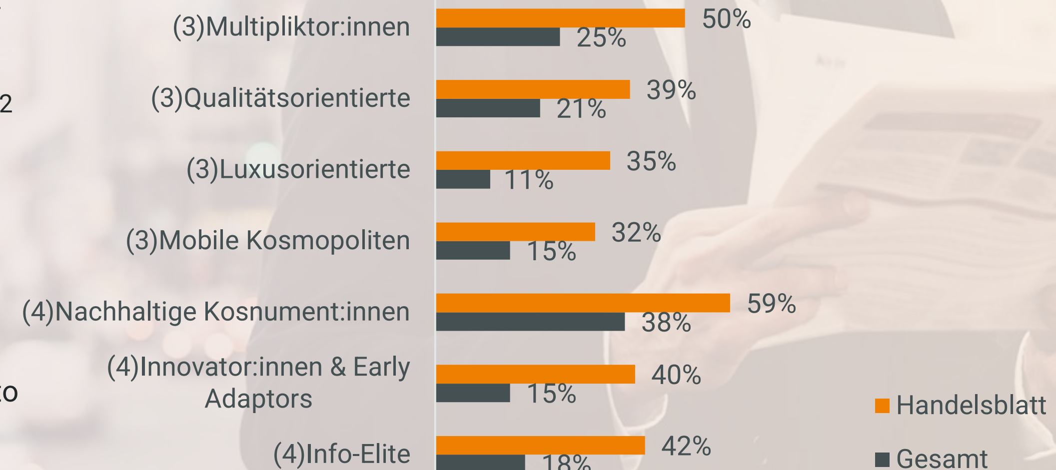


Über 100.000 Euro Brutto

Zielgruppen (Gesamt-/Teilbereichsleitung ltd. Angestellte), Typologien [2]



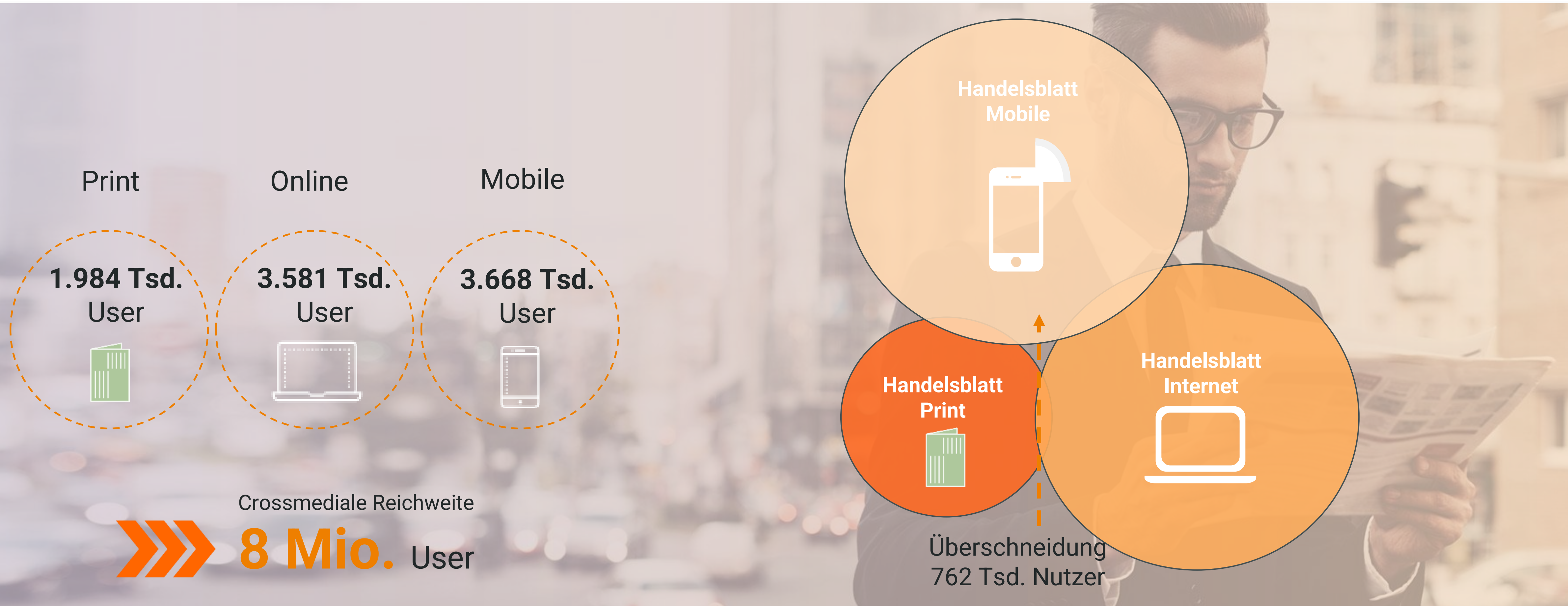
Zielgruppen, Typologien [3, 4]



Quelle: 1) ma I/2024, 2) LAE 2023 3) AWA 2023 4) b4p 2023

HÖHERE REICHWEITE DURCH CROSSMEDIA

Geringe Überschneidung in der Leserschaft (NpM)



Quelle: B4P 2023, Print Frequenz 20, Digital: Nutzer pro Monat; Basis: Grundgesamtheit ab 16 Jahre

INSPIRATION FÜR KRITISCHES DENKEN



- **Wirtschaft pur**
  Das Handelsblatt ist das unangefochtene Leitmedium der Wirtschaftselite
- **Qualitätsmedium**
  Das Handelsblatt genießt nicht nur als Qualitätsmedium höchstes Vertrauen.
- **Ausgezeichnet**
  Der investigative und innovative Qualitätsjournalismus des Handelsblatts wurde mit vielen renommierten Journalistenpreisen ausgezeichnet
- **Kaum Streuverluste**
  Werbung im Handelsblatt trifft die Entscheider:innen - zielsicher
- **Crossmedial**
  Das Handelsblatt kommuniziert über alle Kanäle und potenziert so die Werbewirkung
- **Effizienz**
  Mit dem Handelsblatt erreicht man die Führungsebene mit sehr gutem Preis-/Leistungsverhältnis.

HMG GOES GREEN: UNSERE MISSION

iq media

→ Der Schutz der Umwelt und des Klimas zählt zu den größten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit.

→ #WIR nehmen sie an und arbeiten gemeinsam daran, unseren ökologischen Fußabdruck nachhaltig zu verringern: mit unseren Partner:innen, mit unseren Medien, ihren Leser:innen und vor allem mit unserem Team.

→ Mit der internen Initiative HMG GOES GREEN entwickeln wir Ideen und Impulse für alle Bereiche des Hauses. So übernehmen wir Verantwortung, um Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen auf ein neues Level zu bringen.

GEBÄUDE & AUSSTATTUNG

- ♥ Wir beziehen in unserem Hauptsitz in Düsseldorf seit 2020 ökologischen Strom, vornehmlich aus Wasserkraft – zertifiziert
- ♥ Das Hauptgebäude „La Tête" ist nach DGNB Gold zertifiziert für nachhaltiges Bauen
- ♥ Unsere Drucker sind umgestellt auf papiersparendes „Follow me", um Fehldrucke zu vermeiden
- ♥ Sämtliche Lampen im Gebäude sind LEDs und fast alle mit Bewegungsmelder und Tageslichtsteuerung
- ♥ Für eine ressourcenschonende Zusammenarbeit sind unser Workflow und unsere Akten zu 80 – 90 % digitalisiert.

INHALTE & INITIATIVEN

- ♥ Nachhaltigkeit ist eines der vier Fokusthemen des Handelsblatt. In dem Kontext existieren viele spannende Formate und Serien: Redaktionelle Serie „Nachhaltigkeit", Business Briefing Nachhaltige Investments, Podcast HB Green etc.
- ♥ Alleine im Handelsblatt erschienen in den letzten 12 Monaten* 1.332 Artikel zum Thema „Nachhaltigkeit"; zum Thema „Umwelt" fand sich im gleichen Zeitraum in knapp 1.904 Artikeln wieder
- ♥ Immer mehr Initiativen und Leitevents werden ins Leben gerufen: The Mission, Sustainable Impact Award, Jahrestagung Dekarbonisierung, New Work Initiative, Fokusthema bei der Europe 2022, Net Zero Tech beim The Spark – Der deutsche Digitalpreis u.v.m.

MATERIALIEN & WERBEFORMEN

- ♥ Unser Zeitungspapier ist mit dem Blauen Engel zertifiziert und besteht aus bis zu 89 % aus Recyclingpapier
- ♥ Nachhaltige Werbeformate erobern die Herzen unserer Kund:innen: Grasbeilage mit Papier aus Gras, die ecoAD als CO2-sparendes, digitales Werbemittel
- ♥ Wir verzichten, wenn möglich, auf Flyer, Programmhefte und ähnliches

*Quelle: Handelsblatt Archiv, Zeitraum 01.01.2023 – 31.12.2023

WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES NATIONAL

Oliver Adrian
Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

Oliver Mond
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Sandra Rasch
Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@iqm.de

Eva-Maria Guckes
Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Andreas Wulff
Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Ulrike Kriechhammer
Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@iqm.de

Yvonne Lau
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke
Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Daniel Weidenfeller
Account Manager
Telefon +49
daniel.weidenfeller@iqm.de

Christian Leopold
Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

Susanne Janzen
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Sandra Pinz
Sales Consultant
Telefon +49 406965951
sandra.pinz@iqm.de

Marion Sturm
Sales Consultant
Telefon +49 211 8872339
marion.sturm@iqm.de

WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES INTERNATIONAL

Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Manager International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Sarah Schmidt
Sales Controller International
Telefon +49 151 1823 5954
sarah.schmidt@iqm.de